

## Le commerce électronique

### Chapitre 1. Les chiffres et tendances du commerce électronique

#### 1.1. Définition

Le commerce électronique, ou e-commerce, est une **sous activité du e-business** (utilisation de la technologie Internet à des fins économiques).

Le e-business se divise lui-même en **différents types en fonction des échanges d'informations** qui se déroulent entre :

- une entreprise et des particuliers (B2C pour Business To Consumer),
- ou entre deux entreprises (B2B pour Business To Business),
- ou un commerce entre particuliers (C To C).

Ainsi, **le e-commerce définit le commerce électronique dans toutes ses relations, quelque soit la nature des acteurs concernés.**



Consulter sur le site [Legifrance](#), la **[LOI n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique](#)**

La loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) propose une définition des activités de commerce électronique : *Le commerce électronique est « l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services »* (art. 14 de la LCEN).

Désormais, toute personne exerçant une activité économique par voie électronique, même à titre non professionnel, réalise une opération de commerce électronique.



Consulter sur le site [definitions-webmarketing.com](#), **le glossaire illustré du webmarketing**

#### Les actualités du e-commerce



Consulter sur le site [e-marketing.fr](#),

- L'article de Dominique Fèvre "**Le salon de la VAD e-commerce présente les grandes innovations du secteur**" publié le 01/10/2011

- L'article de François Deschamps "**L'e-commerce de demain sera l'omni-commerce**" publié le 18/09/2012

« *Le salon E-Commerce Paris a ouvert ses portes sur un exercice de prospective de l'e-commerce, dont l'avenir pourrait résider dans un omni commerce. Sa spécificité ? Utiliser tous les canaux de vente à sa disposition, du site internet à la boutique physique, en passant par le mobile.* »



Consulter sur le site [cours.unjf.fr](#), la partie du cours "[Maîtriser les enjeux de l'économie numérique](#)" sur "[Identifier les acteurs](#)" de Claire-Marie Bringuier et Didier Valette : **[Chapitre 1. Introduction aux acteurs de l'économie numérique](#)**



Consulter sur le site [ted.com](http://ted.com) : [Ideas worth spreading](#), la conférence de **Luis von Ahn** : **Collaboration en ligne à très grande échelle** publiée en Avril 2011(vidéo 17 mn)



Consulter sur le site [ecommercemag.fr](http://ecommercemag.fr), le **Glossaire E-Business de A à Z**



Consulter sur le site [ecommercemag.fr](http://ecommercemag.fr), le **Dossier thématique E-Business**  
Articles : *Les 100 sites marchands qui comptent, classement 2013* ; *RH : profil et salaire sur le web* ; *le m-commerce en pleine métamorphose* ; *l'e-commerce de la santé en pleine forme*, etc.



Consulter sur le site [cours.unjf.fr](http://cours.unjf.fr), les parties du cours "[Maîtriser les enjeux de l'économie numérique](#)" sur "[Maîtriser le contexte](#)" de Claire-Marie Bringuier et Didier Valette :

- [Les outils de veille juridiques françaises](#)
- [Les outils de veille juridiques internationales](#)

## 1.2. Chiffres 2012

Les principaux chiffres de l'année 2012

« **Record en chiffre d'affaires** (45 Mds €, +19% vs 2011), en **nombre de sites marchands** (117.500 fin 2012, +17% vs 2011), en **nombre d'internautes et d'acheteurs sur internet**. Deux records enfin que je trouve particulièrement importants et encourageants pour l'avenir : **le taux de satisfaction après achat, déjà particulièrement haut, atteint le niveau inégalé de 98%** ; et la fréquence d'achat dépasse 16 achats sur le net par an par acheteur, contre 12 il y a 2 ans et 10 il y a 4 ans. Donc de plus en plus de gens achètent, ils sont de plus en plus satisfaits et achètent de plus en plus souvent.. »  
*F. Monboisse, Président de la [FEVAD](#)*



Consulter sur le site du [Sénat.fr](http://Senat.fr), le rapport d'information de M. Joël Bourdin, fait au nom de la Délégation à la prospective 2012 sur **Commerce électronique : l'irrésistible expansion**.

## La Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance (FEVAD) suit l'évolution du marché au travers d'études et d'indicateurs publiés sur leur site



Consulter sur le site [fevad.com](http://fevad.com) de la Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance :

- Accueil / Etudes / Les chiffres clés = Les études de "Vente à distance et e-commerce aux particuliers" : **chiffres clés 2012** et **chiffres clés 2013** (documents pdf)
- Accueil / Etudes / Profil de l'acheteur = L'étude réalisée pour le compte de La FEVAD, La Poste et Move et Reed Exposition sur **Les acheteurs à distance et en ligne** (document pdf)

## Autres sources



Consulter sur le site [Kangourouge.com](http://Kangourouge.com) de l'Agence web Kangourouge, l'infographie sur **le e-commerce en France - septembre 2012**



Consulter sur le site [credoc.fr](http://credoc.fr) du Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie, l'étude de Yvon Merliere, Dominique Jacomet et Evelyne Chaballier sur **L'impact du commerce électronique en matière de soldes et de promotions - Avril 2011** (document pdf)



Consulter sur le site [e-commercemag.fr](http://e-commercemag.fr), l'interview filmé par Marion Peroud de **Pierre Kosciusko-Morizet, fondateur de PriceMinister** publié le 08/06/2012 (vidéo 3 min)

« *Le fondateur de PriceMinister, Pierre Kosciusko-Morizet, l'assure, le e-commerce en France a encore de beaux jours devant lui. Il dévoile quelles seront selon lui, les grandes tendances du marché dans les années à venir, à l'occasion du « Campus 2012 » de PriceMinister, à Paris, le 22 mai 2012.* »



Consulter sur le site [news21.tv](http://news21.tv), l'émission du "Magazine Objectif développement" de Juillet 2012 : « **e-commerce** » (vidéo 4 min)

## 1.3. Tendances 2013

Le blog du Webmarketeur diffuse toutes les actualités et temps fort du webmarketing



Consulter sur le site [le-webmarketeur.com](http://le-webmarketeur.com), les dossiers sur :

- **Les nouveautés E-Commerce pour l'année 2013 - Partie 1**
- **Les nouveautés E-Commerce pour l'année 2013 - Partie 2**

## Articles d'actualité



Consulter sur le site [webmarketing-com.com](http://webmarketing-com.com), l'article de Fanny Corona, **Quelles sont les nouvelles tendances du e-commerce ? - mars 2013**



Consulter sur le site [oxatis.com](http://oxatis.com) de l'agence Web Oxatis, l'étude de janvier 2013 " **Oxatis dresse pour la sixième année le profil du e-commerçant** " (document pdf)



Consulter sur le site [e-marketing.fr](http://e-marketing.fr), l'article de Amelle Nebia, **Les Français confirment leur désamour pour le commerce physique - 2012** publié le 10/10/2012



Consulter sur le site [ecommercemag.fr](http://ecommercemag.fr), l'article sur l'étude du cabinet McKinsey & Company : **Les 5 tendances de fond de l'e-commerce - 2012** publié le 05/09/2012



Consulter sur le site [tvdma.org](http://tvdma.org), web TV du Management et du Droit des Entreprises et des Affaires, le podcast : "**La relance de la croissance passera-t-elle par le e-commerce ? - Interview de Anne-Laure Falkman**" (vidéo 4 min)  
*Anne-Laure Falkman est avocat conseil au cabinet August & Debouzy au sein du département Commercial, Propriété Intellectuelle et Nouvelles Technologies*

## Tendances de consommation rendues possibles grâce à internet



Consulter sur le site [trendwatching.com](http://trendwatching.com), société indépendante d'étude de tendances, l'article sur **Les 12 tendances de consommation incontournables - 2012**



Consulter quelques exemples de sites "**Echanger des biens et services**" :

- Site [Stootie.com](http://Stootie.com) : **l'application mobile pour se rendre service !**
- Site [E-barter.fr](http://E-barter.fr) : **échanger des biens et services business to business**
- Site [Easyswap.org](http://Easyswap.org) : **pourquoi acheter quand on peut swaper ?**
- Blog local de CAEN [VERT 1/2 SEL](http://VERT 1/2 SEL), **le réseau d'échange de biens et de services du Chemin Vert à Caen**

### 1.4. La création d'un site marchand

**La décision de créer un site marchand en complément d'un magasin existant ou en créant un e-commerce de toute pièce demande une réflexion stratégique comme lors du lancement de toute activité.**

La réflexion comporte cependant des **spécificités** car le créateur doit travailler davantage sur la **visibilité à partir d'internet** de son activité marchande et sur la **complémentarité possible avec des magasins traditionnels**, en imaginant une stratégie cross canal, c'est-à-dire à une stratégie de développement de l'activité à travers plusieurs types de canaux à savoir par des magasins traditionnels et par des magasins virtuels.

Après l'émergence d'un projet, il est indispensable de valider l'idée avant de lancer un site de e-commerce.

#### Etude de Marché

Pour conforter l'idée, il est indispensable de **faire une étude de marché**. Comme toute étude de marché avant de lancer une activité marchande, l'étude doit porter sur les potentiels concurrents de la zone de chalandise choisie pour le site, ce qui peut impliquer des études à l'international pour certains créateurs de site :

- La zone de chalandise doit être choisie en fonction du projet et des capacités des

porteurs de projet,

- Le nom de domaine choisi révèle le choix de la zone de chalandise (voir le chap. 3.1.2. Les contrats à finalité identitaire et publicitaire / partie Les conventions portant sur les Noms de domaine)
- Les concurrents à étudier sont aussi bien des concurrents e-marchands que des commerces implantés physiquement dans la zone de chalandise.

Il faut étudier aussi **la demande, c'est-à-dire les clients potentiels** avec cette spécificité que les clients devront acheter par internet et pour les cas de cross canal potentiellement par internet et dans les magasins. L'étude devra donc détecter le comportement prévisible des consommateurs qui achètent sur internet. De façon spécifique, le e-marchand doit inventer la façon de créer une expérience d'achat réussi pour la cible ou les cibles prioritaires pour avoir le moins possible d'abandons en cours de navigation sur le site.

De ces deux analyses, et à partir du projet initial, il faut en **déduire un positionnement**, c'est-à-dire une offre claire dans l'esprit des clients potentiels. Ce positionnement devra être mis en évidence dès la page d'accueil du site. Le positionnement permet aux clients de reconnaître la spécificité de l'offre faite par le site marchand. La conception du positionnement est faite par une **étude marketing** mais le positionnement est aussi traduit à l'aide d'une **charte graphique** à adopter dès la page d'accueil du site qui doit illustrer sans confusion possible et de façon extrêmement percutante l'offre faite au cœur de cible.

## Business plan ou Plan d'affaires

Une fois l'étude de marché réalisé, le créateur du site marchand doit choisir ses **orientations stratégiques** en établissant son **business plan ou plan d'affaires** qui comprend tous les aspects de son projet, à savoir :

- L'équipe, le produit ou les services ou un rôle d'intermédiation,
- La façon de proposer des offres personnalisées, la connaissance des clients potentiels et de leur comportement d'achat sur internet pour obtenir des taux de transformation satisfaisants et non pas seulement des recherches d'information non suivies d'achats sur le site,
- Les précisions financières,
- Le cadre juridique choisi et en cas de stratégie cross-canal la façon de gérer les relations entre les différents canaux,
- Et enfin les liens potentiels avec différents fournisseurs : les liens avec les fournisseurs sont essentiels pour pouvoir proposer une offre soit à moindre coût par rapport à l'offre faite dans les magasins traditionnels soit à des prix plus élevés sur des niches de qualité pour des produits non existants ou peu trouvables en magasins traditionnels.

Ce document permet de demander des financements ou de s'allier avec des partenaires. La particularité de ces prévisions pour un site marchand est que le plan d'affaires doit préciser plus encore que d'autres le **mode d'organisation** prévu pour l'entreprise, le **modèle de rentabilité** incluant les façons de rendre visible le site sur internet et la **monétisation de l'audience** (par des revenus publicitaires ou par des revenus d'affiliation) et le choix de l'**organisation de la logistique** qui sera soit réalisée en interne soit externalisée en cas de besoin.

Le document doit aussi préciser les **prestataires techniques** qui prennent en charge le démarrage du site et des prestataires qui fournissent les logiciels permettant le fonctionnement des commandes prises par internet et des partenariats financiers pour la

sécurité des paiements

## ➔ Webographie



Consulter sur le site [conseilsmarketing.com](http://conseilsmarketing.com), l'article sur **Les 103 conseils que j'aurais aimé qu'on me donne quand j'ai débuté sur Internet** publié le 29/06/2009



Consulter sur le site [eCommerce-pratique.info](http://eCommerce-pratique.info), Conseils e-commerce et solutions pratiques, les articles sur le **e-commerce pour les débutants**  
« Dans cette rubrique vous trouverez tout ce que vous devez savoir à propos de l'histoire du e-Commerce et le lancement d'un tout premier site marchand. »



Consulter sur le site [annonciaweb.com](http://annonciaweb.com), **E-commerce & Webmastering** :

- Le dossier sur **Lancer un site e-commerce : organisation et technique**  
*Sommaire : Organisation, planification et études techniques ; Cahier des charges, planification et prestataires ; Faire appel à un spécialiste de l'e-commerce ? ; Choisir un logiciel ou une solution e-commerce en ligne ? ; Un backoffice efficace et bien pensé dès le début ; Choix d'un nom de domaine pour votre commerce en ligne, Choisir un hébergement web*

- Le dossier sur **Promotion d'un site e-commerce sur Internet**  
*Sommaire : Comment promouvoir son site de vente en ligne sur Internet ? ; La problématique de la promotion d'un site ; Les vecteurs de promotion d'un site sur Internet ; Référencer son site sur les moteurs de recherche ; L'achat de trafic ; La sponsoring de sites / blogs ; L'inscription à des annuaires thématiques / professionnels ; L'affiliation ; Faire la promotion de ses produits sur les comparateurs de prix. ; Les communiqués de presse ; Opérations Marketing et Jeux concours ; Be social : utilisez les réseaux sociaux à votre avantage ; Pour conclure sur la promotion de site sur Internet*



Consulter sur le site [haas-avocat.com](http://haas-avocat.com) de la Société d'avocats Haas, l'article de Gérard Haas sur **Les règles juridiques à connaître en 2012 avant le lancement de votre site internet** publié le 01/01/2012



Consulter sur le site [adetem.org](http://adetem.org) de l'Association nationale des professionnels du marketing, le livre blanc sur **L'E-réputation et B2B : Gestion d'un capitale** publié en février 2013 (document pdf)



Consulter sur le site [reussirsaboutiqueenligne.fr](http://reussirsaboutiqueenligne.fr), la page **Réussir sa boutique en ligne : conseils**



Consulter sur le site [Lesechosdelafranchise.com](http://Lesechosdelafranchise.com), l'article de Camille Prigent sur **Créer sa boutique en ligne : 8 conseils pour un lancement réussi** publié le 29/02/2012



Consulter sur le site [videos.lesechos.fr](http://videos.lesechos.fr), web TV du magazine Les Echos, les émissions vidéo **"Café Digital" pour suivre les nouvelles du numérique**



Consulter sur le site des [Publications du Gouvernement du Canada](#), le dossier **Médias sociaux : Guide pour les entrepreneurs** publié par la Banque de développement du Canada en Octobre 2012 (document pdf)

*Sommaire : Un outil d'affaires vital ; Par où commencer ; Etablir sa présence dans les médias sociaux ; Création de contenu pour les médias sociaux ; Suivi et évaluation de votre présence dans les médias sociaux.*



Consulter le [Blog MyStratégie.fr, Bien préparer son projet e-commerce](#)

*Blog de la société MyStratégie, agence de conseil e-commerce*



Consulter le [Blog OSEOX.fr, Marketing, Trafic et E-commerce](#)

*Blog dédié à la création de trafic et à la visibilité des sites web. Ce site propose un ensemble d'outils et services pour améliorer votre visibilité sur Internet : référencement, liens sponsorisés, affiliation en passant par l'e-mailing et le buzz marketing.*